



1 .Departamento: DPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS (6703)
www.dcea.usb.ve

2. Asignatura: INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y FINANCIAMIENTO URBANO

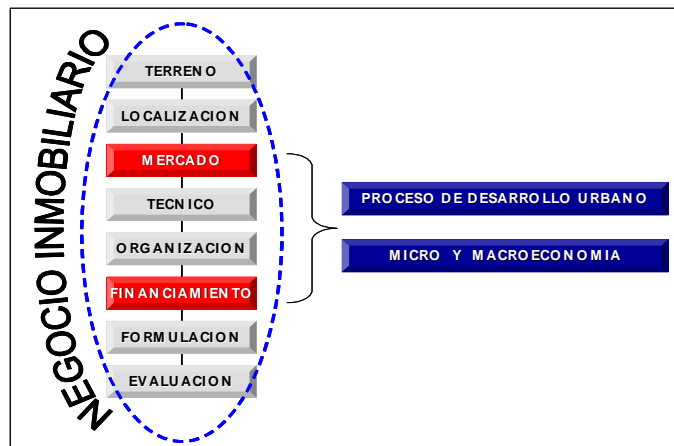
3. Código de la asignatura: **CE3117** Requisitos:
Código Anterior: **CEA-445**
No. de unidades-crédito: **03**
No. de horas semanales: **03** Teoría: **03** Práctica: **0** Laboratorio: **0**

4. Fecha de entrada en vigencia de este programa:

Última Actualización: **Vigente**

5. PROPÓSITO DE LA ASIGNATURA:

El propósito del presente curso es proporcionar al participante los conceptos y herramientas necesarias para que al final del mismo esté en capacidad de comprender y analizar el Mercado y el Financiamiento como dos factores que intervienen en el NEGOCIO INMOBILIARIO; entender la relación que existe entre estos dos factores y el PROCESO DE DESARROLLO URBANO y las implicaciones de los mismos en el comportamiento micro y macroeconómico del país.



6. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Conocer, comprender y saber analizar el comportamiento del MERCADO INMOBILIARIO y como se estructura el FINANCIAMIENTO de los distintos productos resultantes; todo ello complementado con la elaboración de un ESTUDIO DE MERCADO de casos reales y la planificación de un ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO que permitan fortalecer y poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer en términos generales los factores que componen el NEGOCIO INMOBILIARIO con especial énfasis en lo relativo a ESTUDIO DE MERCADO y FINANCIAMIENTO; todo ello fundamentado en un Marco Teórico a efectos de crear una plataforma conceptual.
- Conocer, comprender y saber analizar cada una de los elementos que conforman el MERCADO INMOBILIARIO: Demanda, Oferta, Precios, Gustos y Preferencias. Todo lo anterior concretado con la elaboración de una INVESTIGACIÓN DE MERCADO INMOBILIARIO sobre casos reales, a efecto de poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- Conocer y comprender la estructura del FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO en Venezuela; ello concretado con la planificación de un ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO.
- Comprender la relación que existe entre el ESTUDIO DE MERCADO y el FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO con el proceso de producción urbana y con los aspectos micro y macroeconómicos del país.
- Conocer en términos generales el MERCADEO INMOBILIARIO como el proceso de cierre del Estudio de Mercado a través del conocimiento de los mecanismos de comercialización y los factores que conforman un Plan de Mercadeo.

8. CONTENIDO:

| MODULO | TEMAS / CONTENIDO | PUNTOS A TRATAR |
|---------------------------------------|--|--------------------------------|
| 1 INTRODUCCIÓN | LOS BIENES INMUEBLES | DEFINICIÓN |
| | | CARACTERISTICAS |
| | | CLASIFICACIÓN |
| | INDICADORES MACROECONÓMICOS | DEFINICIÓN |
| | | LA INFLACIÓN |
| | | LA DEVALUACIÓN |
| | | LA PARIDAD CAMBIARIA |
| | | EL PIB |
| | EL PROCESO DE PRODUCCION INMOBILIARIA | LAS TASAS DE INTERES |
| | | ESTRUCTURACIÓN |
| | | LAS ACTIVIDADES IMPLICADAS |
| | EL NEGOCIO INMOBILIARIO | LOS ACTORES INVOLUCRADOS |
| | | EL TERRENO |
| | | LA LOCALIZACIÓN |
| | | EL MERCADO INMOBILIARIO |
| | | EL ANÁLISIS TÉCNICO |
| | | LOS ESQUEMAS DE ORGANIZACIÓN |
| | | EL FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO |
| | | LA FORMULACIÓN ECONÓMICA |
| | EL MERCADO INMOBILIARIO | LA EVALUACIÓN ECONÓMICA |
| | | DEFINICIÓN |
| | | ESTRUCTURA |
| | | CARACTERISTICAS |
| OBJETIVOS | | |
| PROPÓSITOS | | |
| ESCENARIOS | | |
| EL FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO | COMPORTAMIENTO EN VENEZUELA | |
| | ASPECTOS CONCEPTUALES | |
| | DEFINICIÓN | |
| | CLASIFICACIÓN | |

| MODULO | TEMAS / CONTENIDO | PUNTOS A TRATAR |
|--|-------------------------------------|---|
| 2 ESTUDIO DE MERCADO INMOBILIARIO | LA DEMANDA | DEFINICIÓN |
| | | FACTORES QUE INCIDEN EN SU COMPORTAMIENTO |
| | | ELASTICIDAD |
| | | CLASIFICACIÓN |
| | | CARACTERÍSTICAS |
| | | LA CURVA DE LA DEMANDA |
| | | ANÁLISIS Y RESULTADOS |
| | | FUENTES DE INFORMACIÓN |
| | | EJEMPLO DE UN CASO REAL |
| | LA OFERTA | DEFINICIÓN |
| | | FACTORES QUE INCIDEN EN SU COMPORTAMIENTO |
| | | ELASTICIDAD |
| | | CLASIFICACIÓN |
| | | CARACTERÍSTICAS |
| | | LA CURVA DE LA OFERTA |
| | | ANÁLISIS Y RESULTADOS |
| | | FUENTES DE INFORMACIÓN |
| | | EJEMPLO DE UN CASO REAL |
| | CORRELACIÓN OFERTA - DEMANDA | DEFICIÓN |
| | | OBJETIVOS |
| PROPÓSITOS | | |
| EJEMPLO DE UN CASO REAL | | |
| GUSTOS Y PREFERENCIAS | DEFICIÓN | |
| | OBJETIVOS | |
| | PROPÓSITOS | |
| | EJEMPLO DE CASOS REALES | |
| LOS PRECIOS | ASPECTOS CONCEPTUALES | |
| | DEFINICIÓN | |
| | ANÁLISIS | |
| | EJEMPLO DE UN CASO REAL | |
| LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO | DEFINICIÓN | |
| | CLASIFICACIÓN | |
| | PLANIFICACIÓN Y ESTRUCTURA | |
| | RESULTADOS DEL PROCESO | |

| MODULO | TEMAS / CONTENIDO | PUNTOS A TRATAR |
|----------------------------------|----------------------------------|--|
| 3 FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO | INTRODUCCIÓN | EL FINANCIAMIENTO DENTRO DEL PROCESO DE P.I. |
| | | DEFINICIÓN |
| | | CLASIFICACIÓN |
| | FUENTES DE FINANCIAMIENTO | EL ESTADO COMO ACTOR FINANCIADOR |
| | | SECTOR PÚBLICO |
| | | SECTOR PRIVADO |
| | ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO | FORMULACIÓN ECONOMICA |
| | | EGRESOS |
| | | INGRESOS |
| CASO PRACTICO | | |
| MODULO | TEMAS / CONTENIDO | PUNTOS A TRATAR |
| 4 MERCADERO INMOBILIARIO | LA COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA | DEFINICIÓN |
| | | OBJETIVOS |
| | | LA COMERCIALIZACIÓN INMB. EN VENEZUELA |
| | EL PLAN DE MERCADERO | DEFINICIÓN |
| | | OBJETIVOS |
| | | ELEMENTOS QUE LO CONFORMAN |
| | | EJEMPLO REAL |

8. ESTUDIOS DE MERCADO:

Segmento Apartamentos:

- a) Municipio Chacao
- b) Municipio Sucre
- c) Municipio Baruta

9. EVALUACIÓN

La asignatura se evaluará sobre un total de 100 puntos cuya distribución es la siguiente:

- 20% Evaluación escrita
- 80% Trabajo final: estudio de mercado

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|---|---|---|----------------------------|---|----------------------------|---|-------------------------------|---|----------------------------|----|--------------------------|
| | | | Entrega Parte 1 (20 Ptos.) | | Entrega Parte 2 (20 Ptos.) | | Evaluación Escrita (20 Ptos.) | | Entrega Parte 3 (20 Ptos.) | | Entrega Final (20 Ptos.) |

11. FASE DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

| Proyectos en Construcción | Permisos | Oferta Secundaria | Planos |
|---|---|---------------------|---------------------------|
| Nombre del Proyecto | Nombre del Proyecto | Nombre Edificio | Zonificación |
| Fotografía | Plano de Ubicación | Área (m2) | Parcelas Vacantes |
| Plano de Ubicación | Datos Técnicos: | Monto | Permisos |
| Datos Técnicos: | 1. Área Bruta de Construcción | Unitario | Proyectos en Construcción |
| 1. Área Bruta de Construcción | 2. Área Neta Vendible | Nombre Oferente | |
| 2. Área Neta Vendible | 3. Área Neta Vendible de Comercios | Teléfono | |
| 3. Área Neta Vendible de Comercios | 4. Número de Puestos de Estacionamiento | Página Web / Prensa | |
| 4. Número de Puestos de Estacionamiento | 5. Número de Pisos | | |
| 5. Número de Pisos | 6. Número de permiso - fecha | | |
| 6. Precio de Venta por Producto | 7. Datos del Promotor / Constructor | | |
| 7. Datos del Oferente | 8. Otras Características | | |
| 8. Otras Características | | | |
| 9. Fecha de Entrega | | | |

Entrega: Ficha Técnica

Entrega: Ficha Técnica

Entrega: Matriz

Entrega: Planos con formato

12. FASE DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

- **Estudio de Mercado Parte 1:** Diagnóstico del sector en estudio. Cuadro con análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del sector en estudio para el asentamiento del segmento residencial multifamiliar.
- **Estudio de Mercado Parte 2:** Análisis de la demanda. Procesamiento y análisis de las operaciones de compra – venta para.
- **Estudio de Mercado Parte 3:** Análisis de la oferta, gustos y preferencias, precios, correlación oferta - demanda.
- **Estudio de Mercado Entrega Final:** Compendio de las partes anteriores con las modificaciones correspondientes y presentación oral del estudio (10 minutos por persona).

12. FORMATO DE LAS ENTREGAS:

- ✓ Entrega de Estudios de Mercado: Informe escrito en word, texto en letra tipo Times New Roman, tamaño 12, espacio simple, márgenes 3 superior, 3 inferior 3 derecha y 3 izquierda. Encabezado con logo de la universidad, nombre del departamento, materia, profesor, tema asignado y número de página. Las entregas deben estar encuadernadas. No se permitirá imprimir ni encuadernar durante horas de clase. La entrega final consta de informe impreso y versión digital en CD.
- ✓ Plantillas: las plantillas de las fichas técnicas, matriz y planos serán diseñadas por los estudiantes, las mismas se entregarán y discutirán en la fecha expuesta en el cronograma. Deben igualmente contener logo de la universidad, nombre del departamento, materia, profesor, tema asignado y número de página.
- ✓ Presentaciones: preparadas en power point, máximo 10 láminas por persona. Todas las láminas deben contener como encabezado logo de la universidad, nombre del departamento, materia, profesor, tema asignado y número de página. La lámina de portada y las láminas de contenido serán diseñadas por los estudiantes, entregadas y discutidas en la fecha expuesta en el cronograma. La entrega final consta de presentación impresa y versión digital en CD.
- ✓ Se asignará en clase un encargado de supervisar cumplimiento de los formatos expuestos.

13. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo (1985). Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá.
- Baca Urbina, Gabriel (2001). Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Naciones Unidas. Manual de Proyectos de Desarrollo Económico.
- Sabino, Carlos (1991). Diccionario de Economía y Finanzas. Editorial Panapo. Caracas.